

A hand-drawn golden circle with a textured, brush-stroke appearance, centered on a dark, textured background. The circle is composed of multiple overlapping strokes, giving it a sense of movement and depth. The background has a fine, fibrous texture, similar to a tree trunk or a piece of wood, with a vertical line of light on the left side.

GOLDEN CIRCLE

**CONQUISTE DOADORES MOSTRANDO OS MOTIVOS
DO SEU TRABALHO.**

Sumário

Apresentação	2
O que é Golden Circle e como ele pode ajudar a ONG?	3
Contexto do Golden Circle	5
Estrutura do Golden Circle	7
Por quê?	9
Como?	11
O quê?	13
Como fica essa estrutura aplicada?	15
Sem o Golden Circle:	16
Com Golden Circle:	17
Como o Golden Circle ajuda a transformar doadores em fãs da organização?	18
Conheça o autor:	
Trackmob	20
Expediente	21

Apresentação

Nós, da Trackmob, desenvolvemos este material com a finalidade de melhorar a comunicação da sua ONG com seus doadores. Neste e-book você vai aprender sobre o Golden Circle — método de comunicação capaz de entregar ao seu público os reais motivos pelos quais você está trabalhando e precisa deles.

A utilização do Golden Circle já é feita em grandes empresas pelo mundo, mas se encaixa perfeitamente para a realidade das organizações, que, ao invés de vender produtos ou serviços, oferecem uma missão de transformar o mundo.

Por isso, os ensinamentos que estarão presentes nesse material podem ajudar a aumentar seu nº de doadores e realizar ações cada vez mais impactantes. Boa leitura!

O que é Golden Circle e como ele pode ajudar a ONG?



Golden Circle, ou círculo de ouro, é um método criado pelo estudioso Simon Sinek, que observou que grande parte das pessoas não sabem o motivo de estarem fazendo as tarefas do seu dia a dia. O pesquisador analisou pessoas e empresas que trabalham com base na missão e possuem resultados satisfatórios.

Basicamente, o método pode ser visto como utilizar a prática de saber o motivo pelo qual você está fazendo algo e, a partir disso, focar no seu objetivo tratando os ganhos apenas como uma consequência do seu trabalho, e não como a meta principal.

Essa ideia funciona bem para organizações que, como não possuem fins lucrativos, já foram criadas com base numa missão. Porém, o erro de muitas das ONGs é parar de pensar nas suas raízes focar na captação de recursos de projetos pontuais.

Entretanto, focar a comunicação na captação de recursos não é uma maneira saudável de tentar resolver esse problema, as pessoas não doam porque a ONG precisa, mas sim para ajudar uma causa social em que elas acreditam.

Contexto do Golden Circle



A utilização do Golden Circle modifica a visão da sua marca em relação a outras, a comunicação ficará diferente e assertiva por atingir o seu público com mais assertividade e mostrará que, com eles, estará mais próxima da sua missão.

O Golden Circle possibilita que você crie campanhas que engajem o público e os levem entender os motivos pelos quais a doação deles é importante, diminuindo a possibilidade de ouvir um não já que eles estarão dispostos a apoiar suas ações e ajudarem seus projetos se tornarem reais.

Isso pode ser comprovado através de uma pesquisa sobre a cultura da doação no Brasil, realizada pela IDIS (Instituto para o Desenvolvimento do Investimento Social), onde encontramos um dado constando que 40% dos indivíduos entrevistados não doam por falta de confiança nas organizações, enquanto 60% concordaram com a afirmação de que as organizações insistem demais por doação, e isso leva à falta de confiança (ficou curioso? Veja a pesquisa [aqui](#)).

Estrutura do Golden Circle



Existem três perguntas que servem para ajudar a entender o propósito do trabalho, e eles estão inseridos no Golden Circle: o que você faz, como você faz e por que você faz..

Esse é o diferencial do Golden Circle. Para ter melhores resultados, Simon apenas mudou a ordem das perguntas, priorizando o motivo e o colocando no topo da hierarquia de pensamentos. É um erro das organizações pensarem que o objetivo principal é a captação de recursos, sendo que esse é apenas um meio, ou recompensa, para poder agir na causa, que é o verdadeiro objetivo. Interessante, não?

Veja abaixo mais detalhes sobre essa estrutura:

- Por quê?



Qual o motivo de você estar fazendo o seu trabalho? Essa deve ser a primeira coisa que você precisa responder antes de iniciar. Adicione um motivo valoroso às ações, uma missão, e mantenha ele como o foco principal de tudo o que for realizar. A partir disso, estabeleça a comunicação com o seu público, passando essas metas e objetivos com clareza.

Comece seu discurso falando sobre o que a sua organização acredita e qual o verdadeiro motivo para estar se esforçando tanto em realizar o trabalho que faz, mantendo a organização de pé e lutando pela causa.

Exercite o uso do Golden Circle com os membros da sua organização. Faça perguntas como: por que você acredita na nossa causa? Por qual motivo dedica seu tempo aqui? Por que você acha que as pessoas apoiariam nossos projetos sociais?.

Explore todas as alternativas que motivam as pessoas a acreditar no que você faz e use-as como base para sua sua comunicação.

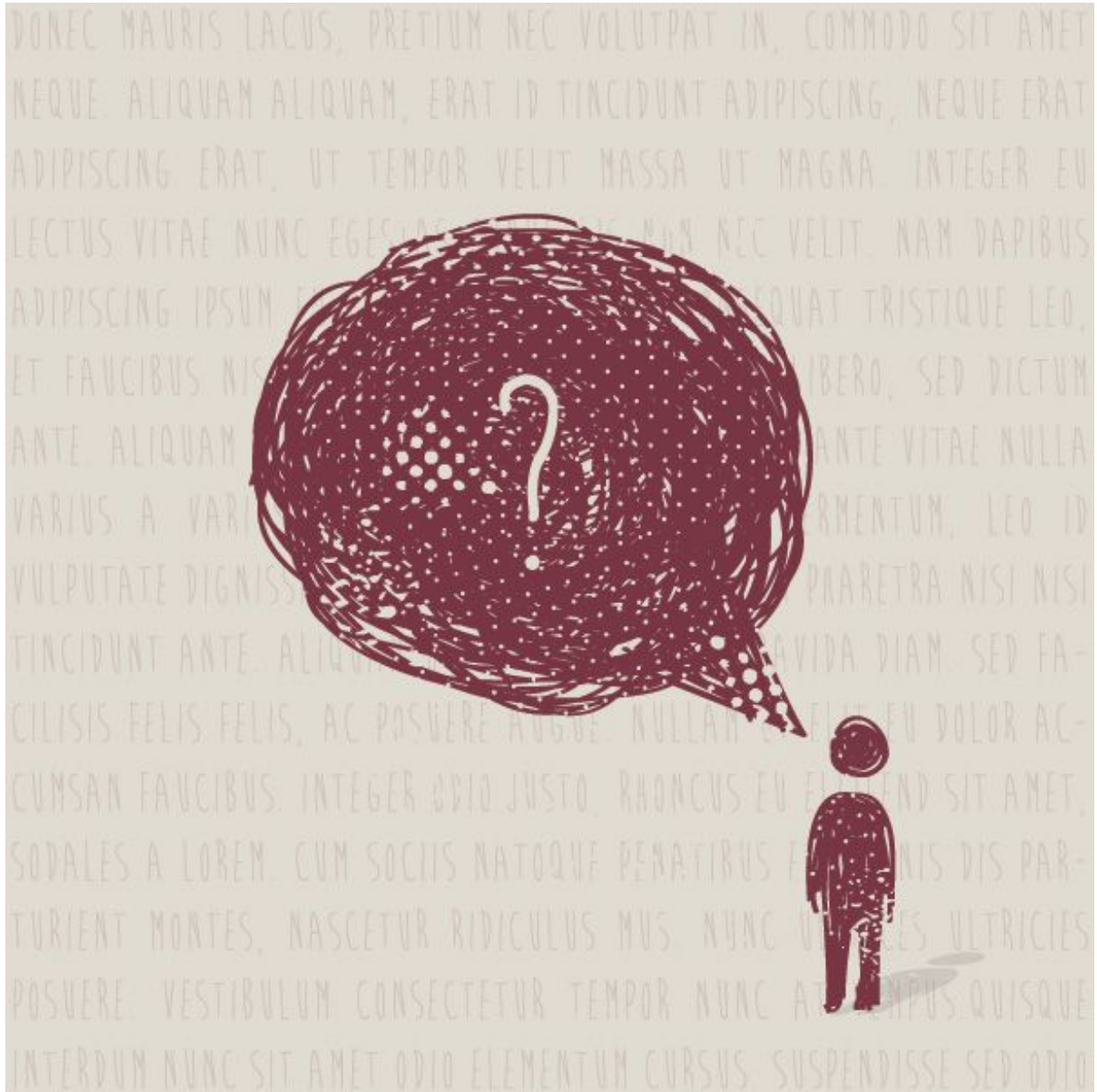
- Como?



Qual a solução que você utilizou para atingir o seu “por quê”? Argumente os métodos que você utiliza diariamente visando atingir a missão. Esse argumento irá fazer com que o seu público consiga concluir que tudo o que você falou não são apenas palavras bonitas para arranjar novos doadores, mas que realmente é respeitável e batalha diariamente para atingir os objetivos propostos.

Fale com essas pessoas sobre o motivo de você ter aberto a sua organização e como você estruturou métodos eficazes de realizar trabalhos sociais. Dessa forma, você já encanta a pessoa e faz com que ela seja mais sensível a realizar a doação e se tornar um fã.

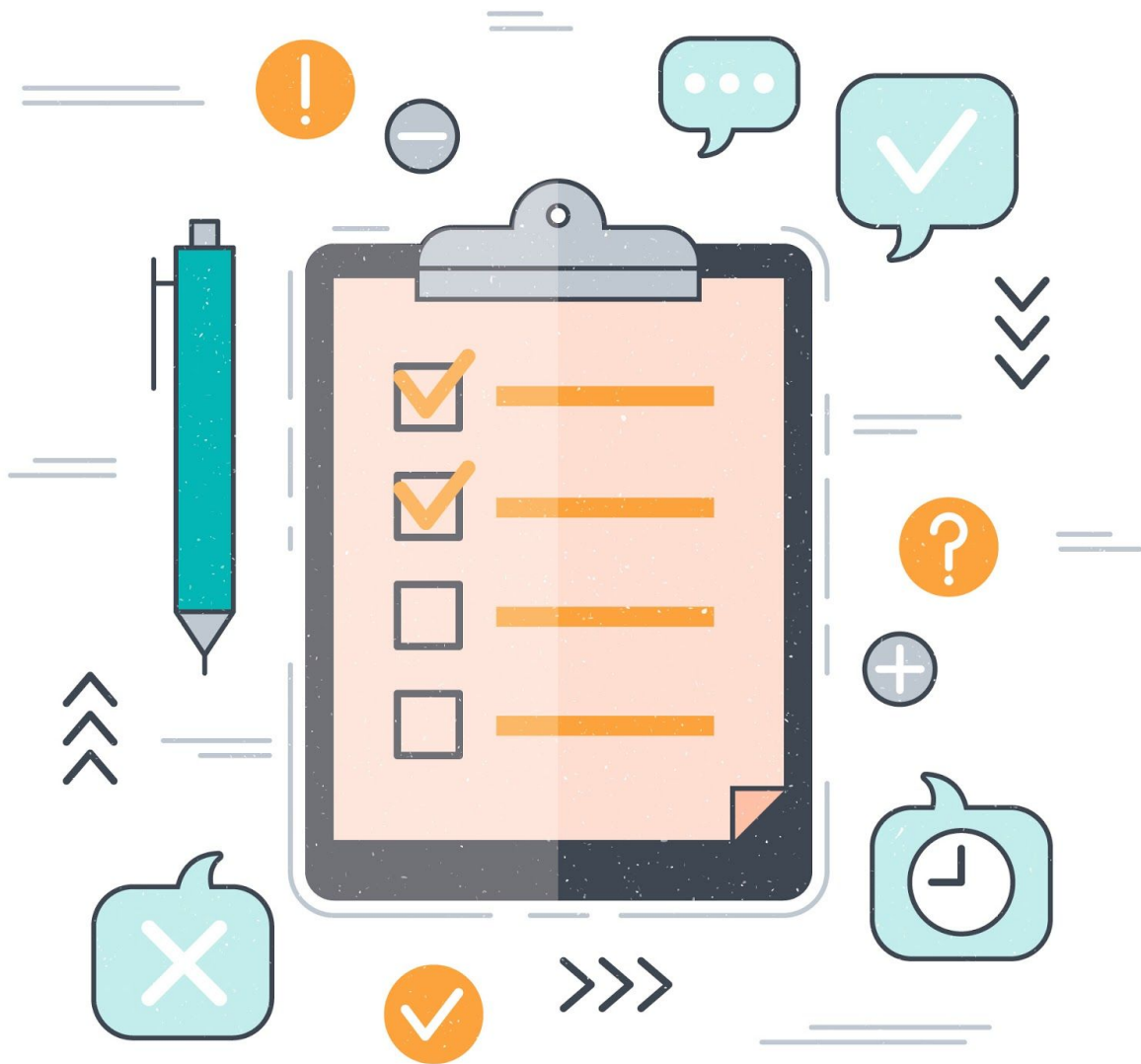
- O quê?



Por fim, fale para o seu público o que você está fazendo e por qual finalidade precisa dele. Fale sobre as ações que você desenvolve e detalhe mais sobre a realidade que você passa para tornar isso tudo possível.

Mostre que a ajuda dele é necessária para que essas ações possam acontecer, crescer e atingir mais pessoas, a fim de criar uma movimento cada vez maior e estar mais próximo da sua missão.

Como fica essa estrutura aplicada?



designed by  freepik.com

Ficou com alguma dúvida na explicação anterior? Não tem problema, o Golden Circle realmente é uma prática um tanto quanto nova e, na teoria, parece ser um pouco complicada de aplicar. Na verdade, o Golden Circle é extremamente simples de ser utilizado, além de nos educar a sempre pensar nos motivos que precedem a prática.

Veja uma aplicação do Golden Circle em uma argumentação:

Sem o Golden Circle:

“A nossa ONG promove aulas sobre respeito e amor para crianças carentes a fim de diminuir a violência no futuro. Para que isso seja possível, precisamos da sua doação. Doe agora mesmo!”

Com Golden Circle:

“Acreditamos muito na melhoria do mundo e na diminuição do sofrimento para as próximas gerações. Por isso, tudo o que fazemos é focado em diminuir a violência no país. Para isso, reunimos crianças carentes nas tardes e finais de semana para ensinar sobre respeito e compaixão, pois assim conseguimos entregar a paz e pensamento humanitário necessário para esses futuros adultos. Você pode nos ajudar com a sua doação?”

Como o Golden Circle ajuda a transformar doadores em fãs da organização?



A argumentação feita através do “por que” faz com que as pessoas sintam uma ligação forte devido aos valores que se convergem. Por isso, ficam mais suscetíveis a realizar uma doação.

Ter fãs é muito importante para uma organização, estimula o crescimento e auxilia na luta pela causa, atingindo cada vez mais pessoas que começam a disseminar as ideias da organização. Como fãs, os doadores contribuem mais vezes, se tornando recorrentes da organização e trazendo mais pessoas para ajudar.

Conheça o autor:

Trackmob

A **Trackmob** é uma empresa especializada em oferecer soluções tecnológicas para proporcionar uma experiência incrível de doação para o seu doador.

Potencialize sua captação de recursos com:

- Página personalizada de doação online
- Aplicativo para captação de doadores nas ruas e eventos
- Sistema de gestão de pagamentos e doadores por e-mail e SMS

Peça uma demonstração acessando:

<https://trackmob.com.br/>

Expediente

Autor | Trackmob

Coordenação e edição | Giulliano Soares

Redação | João Souza

